



EKSPLANASI

Media Komunikasi Ilmiah Kopertis Wilayah VI

- ❖ Pengaruh Sikap, Persepsi Manfaat, dan *Psychology Attachment* Terhadap Niat Penggunaan Teknologi Internet: (Survei Pegawai Pemerintah Kota Salatiga)
Albert Kriestian N.A.N. dan Gustin Tanggulungan
- ❖ Ujian Akhir Nasional (UAN) : Permasalahan dan Alternatif Pemecahannya
Suwandi
- ❖ Analisis Pengaruh Pelayanan Angkutan Umum Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Transportasi Kota (Sebagai Alternatif Mengatasi Kemacetan di Kota Semarang)
Arief Yulianto dan Dwi Ananta Devy
- ❖ Kebutuhan Dasar dan Perilaku Masyarakat (Studi Sosial Masyarakat Pesisir Kota Semarang)
Santi Muji Utami
- ❖ Persamaan dan Perbedaan Penerjemahan Lisan dan Tulis
Yunita Widiyantari
- ❖ Perbaikan Fermentasi Nira Tradisional Dengan Inokulasi Khamir dan Tindalisasi Improvement Of Traditional Palm Sap Fermentation By Yeast Inoculation and Tyndalisation
Eko Lya Ningsih, Karina B. Lewerissa dan B. Prasetyo
- ❖ Strategi Pengembangan UMKM di Jawa Tengah
Widiyanto dan Sumarno
- ❖ Hubungan Teori Signalling dengan Under Pricing Saham pada Penawaran Perdana (IPO) di Bursa Efek Jakarta.
Y o g a
- ❖ Analisis Pengaruh *Communication Mix* dan *Competitor* Terhadap *Brand Awareness*
Setyo Pantawis, SE,MM
- ❖ Estimasi Dampak Ekonomi dan Lingkungan Pada Sistem Transportasi Perkotaan
Sriwidodo

**PENGARUH SIKAP, PERSEPSI MANFAAT, DAN *PSYCHOLOGY ATTACHMENT* TERHADAP NIAT PENGGUNAAN
TEKNOLOGI INTERNET:
(Survei Pegawai Pemerintah Kota Salatiga)**

Oleh :

Albert Kriestian N.A.N. dan Gustin Tanggulangan
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

ABSTRACT

This research tries to examine the effect of attitudes, perceived usefulness and psychological attachment on intention to use internet among Salatiga government officers from 18 task units. The sample size is 100 respondents who filled structured questionnaire. The results show that perceived ease of use, perceived usefulness and internalization do not significantly influence attitudes. Identification and compliance significantly influence attitudes. Perceived usefulness, identification and internalization significantly influence intention to use internet while attitudes and compliance do not significantly influence intention to use.

Keyword : *attitude, perceived, intention*